

ADOÇÃO ANIMAL IFC: INCENTIVANDO A ADOÇÃO DE ANIMAIS ABANDONADOS

ADOPCIÓN ANIMAL IFC: ESTIMULANDO LA ADOPCIÓN DE ANIMALES ABANDONADOS

ANIMAL ADOPTION IFC: ENCOURAGING THE ADOPTION OF ABANDONED ANIMALS

Alberto Gonçalves Evangelista¹

Anna Carolina Rodrigues Santos²

Isabelle Cristine Thomsen³

Gabriel da Silva Pacheco⁴

Karine Nickel Bortoli⁵

Raquel Rybandt⁶

Erica Perez Marson⁷

RESUMO: O projeto “Adoção Animal IFC” nasceu da iniciativa de acadêmicos do curso de Medicina Veterinária do Instituto Federal Catarinense - Campus Araquari, com o intuito de promover a adoção de animais abandonados e que estavam vivendo provisoriamente em abrigos especializados ou lares temporários. Empregando as mídias digitais, por meio das *fanpages* “Adoção Animal-IFC”, presentes nas redes sociais *Facebook* e *Blogger*, o projeto colaborou com uma organização não governamental, o Abrigo Animal, inserindo-se também em ações físicas por meio da realização de feiras de adoção. Além do estímulo à adoção, com ênfase aos benefícios mútuos, os recursos metodológicos escolhidos visaram à conscientização das pessoas para a guarda responsável e as consequências do abandono. De um total de 83 animais postados nas *fanpages*, 68 deles foram adotados. No entanto, com base em resultados obtidos por meio de um questionário aplicado, 70% dos entrevistados não conheciam o Abrigo Animal e mais

da metade deles não adotaria um animal por meio das mídias digitais, o que demonstra que a internet, embora represente uma importante ferramenta no estímulo às adoções, não exclui a necessidade de estratégias de caráter físico para atrair a atenção da população a este relevante problema social. O projeto Adoção Animal IFC cumpriu um importante papel, inserindo os acadêmicos no exercício da cidadania em prol da comunidade e se diferenciando pela escolha de recursos inovadores e criativos para a pesquisa das causas e consequências do abandono de animais. Novas abordagens sobre este tema são requeridas, uma vez que ainda estamos longe de uma solução efetiva que responsabilize a sociedade e retire a população de animais das ruas.

PALAVRAS-CHAVE: abandono animal; guarda responsável; mídias digitais.

RESÚMEN: El proyecto “Adopción Animal IFC” nació

1 Acadêmico do curso de Medicina Veterinária do Instituto Federal Catarinense - Campus Araquari, e-mail: ag.evangelista@live.com.br

2 Acadêmica do curso de Medicina Veterinária do Instituto Federal Catarinense - Campus Araquari, e-mail: annah.rs@gmail.com

3 Acadêmica do curso de Medicina Veterinária do Instituto Federal Catarinense - Campus Araquari, e-mail: isaathomsen@gmail.com

4 Mestre em Administração, técnico administrativo em educação do Instituto Federal Catarinense - Campus Araquari, e-mail: gabriel.pacheco@ifc.edu.br

5 Especialista em Metodologia no Ensino de Artes, técnica administrativa em educação do Instituto Federal Catarinense - Campus Araquari, e-mail: karine.bortoli@ifc.edu.br

6 Mestra em Estudos Linguísticos, técnica administrativa em educação do Instituto Federal Catarinense - Campus Araquari, e-mail: raquel.rybandt@ifc-araquari.edu.br

7 Doutora em Zootecnia, professora do Ensino Básico, Técnico e Tecnológico do Instituto Federal Catarinense - Campus Araquari, e-mail: erica.bako@ifc.edu.br

de la iniciativa de académicos del curso de Medicina Veterinaria del Instituto Federal Catarinense - *Campus Araquari*, con el propósito de promover la adopción de animales abandonados y que estaban viviendo provisionalmente en refugios especializados o hogares temporarios. Utilizando las mídias digitales, por medio de *fanpages* "Adopción Animal-IFC", en las redes sociales *Facebook* e *Blogger*, el proyecto colaboró con una organización no gubernamental, el Abrigo Animal, insertándose también en acciones físicas con la realización de ferias de adopción. Además del estímulo a la adopción, con énfasis en los beneficios mutuos, los recursos y métodos elegidos se dirigieron a la concientización de las personas para la guardia responsable y las consecuencias del abandono. De un total de 83 animales colocados en las *fanpages*, 68 de ellos fueron adoptados. Sin embargo, datos resultantes de un cuestionario aplicado a 86 personas revelan que 70% de los entrevistados no conocía el Abrigo Animal y más de la mitad de ellos no adoptaría un animal por medio de las redes digitales, lo que demuestra que la internet aunque representa una importante herramienta en el estímulo a las adopciones, no excluyen estrategias de carácter físico para atraer la atención de la población a este relevante problema de orden social. El proyecto Adopción Animal IFC cumplió un importante papel, insertando a los académicos en el ejercicio de la ciudadanía en favor de la comunidad y diferenciándose por la elección de recursos innovadores y creativos para la investigación de las causas y consecuencias del abandono de los animales. Los nuevos enfoques sobre este tema son requeridos, ya que todavía estamos lejos de una solución efectiva que responsabilice a la sociedad y retire a la población de animales abandonados de las calles.

PALABRAS CLAVE: Abandono animal; Guardia responsable; Medios digitales.

ABSTRACT: The "Animal Adoption IFC" project was born from the initiative of academics of the Veterinary Medicine course of the Instituto Federal Catarinense - *Campus Araquari*, with the aim of promoting the adoption of abandoned animals that were living temporarily in specialized shelters or temporary homes. Using the digital media, through the "Animal Adoption IFC" fanpages, present in the social networks Facebook and Blogger, the project collaborated with a non-governmental organization, Abrigo Animal, also entering physical actions through the realization of fairs of adoption. In addition to stimulating adoption, with emphasis on mutual benefits, the methodological resources

chosen were aimed at raising people's awareness of responsible custody and the consequences of abandonment. Of a total of 83 animals posted on fanpages, 68 of them were adopted. However, based on results obtained through a questionnaire applied, 70% of the interviewees did not know the Abrigo Animal and more than half of them would not adopt an animal through digital media, which shows that the internet, although it represents an important tool in stimulating adoptions, do not exclude strategies of physical character to attract the attention of the population to this relevant social problem. The "Animal Adoption IFC" project has played an important role, integrating academics in the exercise of citizenship for the benefit of the community and differentiating itself by choosing innovative and creative resources to research the causes and consequences of abandoning animals. New approaches on this issue are required, as we are still far from an effective solution that holds society accountable and removes the population of animals from the streets.

KEYWORDS: Animal abandonment; Responsible ownership; Digital media.

1 INTRODUÇÃO

Há milhares de anos, ainda na pré-história, por conveniência, o homem passou a domesticar os animais (BEAVER, 2001), empregando-os para a alimentação, vestimentas ou para auxiliar nas funções de transporte, caça e cultivo. Progressivamente o homem também atribuiu aos animais funções de guarda, companhia e entretenimento, adaptando-os cada vez mais para viverem dentro dos lares. Porém, enquanto muitos humanos proporcionam condições adequadas de vida a seus animais, outros ainda carregam valores éticos arraigados a uma época em que os animais eram vistos como seres irracionais, não sencientes e que atuam principalmente por instinto (VIEIRA, 2008).

Diversas ideologias subjugaram, em maior ou menor grau, todas as espécies animais. Na seara religiosa, podemos citar como exemplo a ascensão de crenças monoteístas, para as quais o ser humano é considerado o ponto máximo da criação e as demais criaturas são tidas como inferiores e submissas a ele. É possível citar também, no campo da ciência, a teoria mecanicista de Descartes, que declarou os animais apenas como simples máquinas insensíveis à dor e ao sofrimento (SANTANA; OLIVEIRA, 2016). Essas referências ilustram uma desvalorização do animal, tradicionalmente enraizada na sociedade humana, que traz à tona uma série de consequências, como tutores irresponsáveis e negligentes, abandonos e maus-tratos (MOLENTO, 2007), prejudicando seriamente os animais e suas condições de bem-estar. Segundo Broom e Molento (2004), o bem-estar animal (BEA) é o estado do animal considerando-se as condições do meio em que ele vive. Bem-estar para os animais se traduz em uma opção de escolha, ou seja, possibilidades que permitem-lhes escolher, livremente, por condições mais adequadas no que se refere à alimentação, conforto, companhia, atividades, demonstração de comportamentos naturais, etc. Desse modo, condições dignas de moradia, alimentação, saúde e higiene são básicas e necessárias para uma vida plena a todos os seres vivos, mesmo que muitos ainda considerem a vida humana merecedora de maior dignidade, excluindo os demais dos conceitos de bem-estar (LUNA, 2008). Estima-se, segundo dados divulgados pelo IBGE em 2015, que a população brasileira de cães e de gatos é de 52,2 e 22 milhões, respectivamente. Destes, cerca de 30 milhões encontram-se em situação de abandono (PUC-CAMPINAS, 2014), ou seja, vivendo nas ruas, representando uma ocorrência alarmante por implicar uma série de problemas de saúde pública e de BEA, tais como acidentes de trânsito, agressões físicas, reprodução descontrolada, transmissão de

doenças, proliferação de parasitas, poluição sonora e por dejetos, danos às propriedades (SANTANA et al, 2004), entre outros riscos potenciais.

Diante desse problema, grandes empreendimentos da área animal voltaram seus olhos para a responsabilidade social, como fez a marca Pedigree, quando criou o projeto “Adotar é tudo de bom”. Essa iniciativa, que conseguiu novos lares para cerca de 55.570 cães, tratou do tema do abandono animal, trabalhando na conscientização pública, além de reverter parte das arrecadações para os animais que vivem em instituições comumente denominadas como abrigos (PEDIGREE, 2016). O sucesso do programa está também vinculado ao uso das mídias sociais, com a criação de sites próprios, *fanpages* no Facebook, além de uma série de comerciais televisivos, a fim de atingir o maior número possível de pessoas, possibilitando ampla visibilidade e repercussão do tema.

Porém, mesmo que esses projetos tenham uma atuação de abrangência nacional, é dificultosa a sua inserção em pequenas cidades, ou ainda sua difusão entre todas as parcelas da população. Portanto, considera-se imprescindível a participação popular regional na resolução do problema do abandono. Para tal, surgiram as chamadas organizações não governamentais (ONGs) ambientais (ABREU, 1997; DOVAL, 2008), que trabalham com atividades educativas e pesquisas em defesa do meio ambiente. Nesse contexto, por meio de uma imersão extensionista, com fins educativos e em prol da comunidade, uma equipe de acadêmicos do curso de Medicina Veterinária e servidores do Instituto Federal Catarinense - Campus Araquari dedicam-se ao projeto “Adoção Animal IFC”, construído em 2013 para promover, por meio das mídias digitais, a adoção de cães e gatos abandonados em municípios da região.

Os primeiros ensaios de uma iniciativa desse teor foram desenvolvidos por Camargo et al (2014), que criaram páginas nas redes sociais *Facebook* e *Blogger*, nas quais foram postadas fotos de animais provisoriamente abrigados no Centro de Bem-estar Animal (CEBEA) do município litorâneo de São Francisco do Sul/SC, com o objetivo de promover a adoção e o encaminhamento do animal para um lar definitivo.

A partir de 2015, o foco do projeto “Adoção Animal IFC” passou por uma significativa reconfiguração, sendo transferido para auxílio ao Abrigo Animal, uma das ONGs mais atuantes do município de Joinville/SC, maior cidade do estado. Esta instituição desenvolve, desde 2001, uma função social de relevância à saúde pública da população

joinvilense, atuando na proteção de cães e gatos abandonados e maltratados, providenciando abrigo para uma quantidade de animais que supera a sua capacidade estrutural e física, oferecendo o atendimento veterinário, incluindo castrações, desverminações e vacinações, e executando uma série de iniciativas que visam promover a adoção desses animais. Atualmente, estão sob a responsabilidade do Abrigo Animal 485 cães e 35 gatos, embora sua estrutura seja suficiente para apenas 350 animais (ABRIGO ANIMAL, 2016).

Diante do expressivo quantitativo de animais em situação de rua e em consideração à relevância do tema do abandono e dos maus-tratos e às consequências disso para os animais e para a população humana, o objetivo do Projeto Adoção Animal IFC, a ser explanado no presente trabalho, foi estimular, por meio das mídias sociais, a adoção de cães e gatos abandonados, promovendo também a conscientização para a guarda responsável e para os preceitos de BEA, buscando uma melhor qualidade de vida e o respeito ao ambiente.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

Criadas originalmente para serem trabalhadas em conjunto com o CEBEA de São Francisco do Sul/SC, foram aproveitadas as *fanpages* “Adoção Animal IFC” nas redes sociais *Facebook* e *Blogger*. Iniciado o projeto na ONG Abrigo Animal de Joinville/SC, as *fanpages* foram alteradas, sendo sua identidade visual renovada, com uma nova adequação da logomarca e o desenvolvimento de um novo padrão para a realização das publicações.

Todos os animais presentes no Abrigo Animal, identificados como sadios ou que apresentavam doenças crônicas controladas por tratamentos, foram considerados aptos à adoção. Esses animais tiveram seu histórico coletado, o que incluía informações referentes ao motivo da chegada ao local, características físicas e comportamentais, ficha clínica com as informações referentes à castração, ao estado vacinal, ao protocolo de desverminação, entre outros dados. Com o apoio da equipe do projeto, de funcionários do Abrigo Animal e de voluntários do curso de Medicina Veterinária do IFC Araquari, fez-se o levantamento e a catalogação individual de todos os cães, por sexo e aparência física, finalizando-se o trabalho por meio de registro fotográfico daqueles aptos à adoção. Além dos animais presentes no Abrigo Animal, o projeto também auxiliou na divulgação de animais que se encontravam em lares temporários.

As fotografias receberam tratamento digital por meio do programa *CorelDRAW Graphics Suite X7*, com vistas ao melhoramento dos padrões

de exposição, coloração e luminosidade, além da aplicação da padronização visual do projeto, mediante inserção de sua logo. Estando a imagem pronta para veiculação, publicações nas redes sociais do Projeto Adoção Animal IFC foram programadas, com frequência a cada dois dias, às 13h30min, horário de maior visualização das *fanpages*, mensurado por meio de gráficos de alcance das próprias redes sociais. Após a veiculação das publicações, foram controladas diariamente as interações dos usuários com as postagens, sendo elas na forma de *likes*, comentários e compartilhamentos, na plataforma *Facebook*, ou *links* +1, e comentários na plataforma *Blogger*.

Paralelamente às ações nas mídias sociais, a equipe realizou diferentes ações físicas, divulgadas previamente na plataforma digital, com o intuito de dar ampla visibilidade ao projeto. Dentro do próprio Abrigo, foram realizadas duas feiras de adoção de animais, para as quais o público foi convidado, por meio das mídias sociais, a visitar a ONG com o acompanhamento da equipe do projeto. Essa visita guiada, além de apresentar a instituição e os animais ao público, buscou criar uma empatia em relação aos animais ali abrigados, uma vez que poucas pessoas possuem consciência das condições adversas às quais um animal abandonado fica exposto, como falta de alimento, água, cuidados e abrigo, conscientizando-os também para os benefícios mútuos da adoção e para o papel da guarda responsável.

Também focando em ações voltadas à conscientização acerca da causa animal, o grupo concedeu entrevistas na mídia local e estadual, por meio das redes TVBE e RIC TV Record, respectivamente, divulgando o Projeto Adoção Animal IFC e o Abrigo Animal, e informando os proprietários e possíveis tutores sobre quais as responsabilidades que eles devem ter com o animal que está sob seus cuidados.

Além dessas ações executadas com a grande massa, o projeto também se dedicou a buscar outras formas de impacto para levar ao público a questão do abandono, das consequências da presença dos animais em situação de rua, da realidade do Abrigo Animal e dos benefícios de uma adoção.

Por meio de uma parceria com o Shopping Mueller de Joinville, a ação promovida foi denominada “Descarte de Cão e Gato”. Em um local de grande circulação do público, foram posicionados dois grandes contentores (lixeiras) que, em vez de serem identificados como receptores de lixo convencional, receberam uma identificação que dava a impressão de ser um local destinado ao descarte de animais (Figura 1). Dentro das lixeiras, foram instalados equipamentos que reproduziam diferentes tipos

de vocalizações de cães, que acabaram atraindo a atenção de transeuntes, que abriam as lixeiras. Ao abri-las, as pessoas encontravam material publicitário, como fotos de animais do Abrigo Animal e *flyers* que continham informações sobre o projeto, sobre o Abrigo Animal, sobre o abandono de animais e também acerca da guarda responsável. Após a abertura, as pessoas eram abordadas pela equipe que, além de explicar sobre o Projeto Adoção Animal IFC e seus objetivos, aplicava um questionário com perguntas sobre o objeto principal da ação, de forma a mensurar o quão informada se encontrava a

do número de animais adotados.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Embora o Projeto Adoção Animal IFC tenha utilizado duas redes sociais, o *Facebook* e o *Blogger*, os resultados obtidos com o *Facebook* foram os mais expressivos em razão do maior número de usuários e da maior abrangência dessa mídia, sendo, portanto, esse quantitativo utilizado para a avaliação dos resultados. Até março de 2016, o trabalho alcançou 1.353 *likes* (seguidores), número referente a usuários com interesse no conteúdo da *fanpage*. Ressalte-se que as entrevistas concedidas às redes televisivas TVBE



Figura 1: Visualização da parte externa dos contentores (lixeiras) usados na ação “Descarte de Cão e Gato”.
Fonte: Os autores (2015).

população nos temas afins à causa animal.

Por se tratar de um projeto que envolve o atendimento ao público por meio das mídias digitais, que necessitam de atualizações e atendimento diário aos visitantes, e que foi realizado em parceria com uma instituição que apresenta uma realidade muito dinâmica, traduzida pela entrada e saída constante de animais, os resultados obtidos e percebidos pela equipe do projeto, ao longo de sua execução, eram sempre discutidos e reavaliados, como forma de mensurar o papel das mídias sociais e das ações físicas na obtenção dos objetivos propostos, traduzida pela amplitude de visualizações do projeto e pelo aumento

e RIC TV Record aumentaram o público nas mídias sociais, de modo que, ao todo, após as duas exposições, foram obtidas 109 novas curtidas no *Facebook*.

Em ambas as mídias sociais, foram veiculados um total de 83 animais, sendo 33 provenientes do Abrigo Animal de Joinville e 50 oriundos de lares temporários. Destes, 68 foram adotados, correspondendo a 81,92% de adoções concretizadas. Dentro do Projeto Adoção Animal, no município de São Francisco do Sul, Camargo et al (2014) relataram, empregando as mesmas mídias sociais, o alcance de 38,8% de adoções. Presume-se que essa diferença ocorreu devido à realidade expressivamente mutável

e altamente dinâmica observada nos ambientes virtuais.

Apesar de as mídias digitais representarem um papel importante na divulgação dos animais abandonados, no estímulo às adoções e na visibilidade da causa animal, as ações físicas de divulgação também foram essenciais para que os resultados do Projeto Adoção Animal fossem alcançados. As Feiras de Adoção, por exemplo, contabilizaram 13 animais adotados, entre cães e gatos, propiciando também o encontro das pessoas com a realidade de animais em situação de abandono e abrigo, o que pode ajudar na prevenção do aumento de animais abandonados. Durante a ação física “Descarte de Cão e Gato”, no Shopping Mueller de Joinville, um total de 86 pessoas foram abordadas pela equipe, possibilitando não somente a divulgação do projeto a uma grande massa, como também a aplicação do questionário, cujas respostas encontram-se compiladas na Tabela 01.

Como salientado, pode ser atribuído às redes sociais o êxito obtido no projeto Adoção Animal IFC. Porém, igualmente relevantes foram as ações físicas planejadas pela equipe, as quais revelaram dados bastante interessantes, que vieram ao encontro dos resultados já observados por Camargo *et al* (2014), ou seja, tais estratégias se somam às funções das redes sociais por também encontrarem um público que delas se “alimenta”. Nas duas feiras de adoção realizadas no Abrigo Animal, por exemplo, aproximadamente 35 mil pessoas foram atingidas pela divulgação prévia nas redes sociais, porém, contabilizou-se apenas 100 visitantes no local dos dois eventos.

Das pessoas que foram entrevistadas na ação “Descarte de Cão e Gato”, aproximadamente 70% delas não conheciam o Abrigo Animal. Ou seja, embora amplamente divulgada nas redes sociais, a ONG ainda não alcançou, por meio das mídias digitais, uma grande parcela populacional do município, seja

por desinteresse destes ou mesmo por falta de acesso à internet. Outrossim, além de 84% dos entrevistados expressarem que nunca adotaram um animal, quase metade deles responderam que, caso optassem por adotar um animal, não o adotariam por meio das mídias digitais.

O questionário também demonstrou uma realidade bastante preocupante: duas pessoas entrevistadas relataram que já praticaram o ato do abandono, e 84% dos entrevistados demonstraram não saber que o ato de abandonar um animal é crime previsto em lei nacional, a Lei dos Crimes Ambientais (nº 9.605, de 1998). Essa situação reforça a necessidade da continuidade de projetos similares, com ênfase nas ações de divulgações, físicas e digitais, em prol da conscientização da população humana acerca da causa animal, com vistas à diminuição do abandono e à sua responsabilização pelo bem-estar dos animais, pela saúde pública e pelo meio ambiente.

4 CONCLUSÃO

As mídias sociais, quando bem estruturadas e “alimentadas”, compreendem um importante recurso a ser empregado para divulgar temas relacionados à causa animal, na medida em que alcançam um grande público. Por meio destas, foi possível trabalhar não somente com conteúdo que incentivasse a prática da adoção de animais abandonados, mas também com informações que visam educar as pessoas para o não abandono, esclarecendo-as sobre a guarda consciente e oportunizando a adoção incentivada pelos anúncios online. Embora eficazes, as mídias sociais sozinhas são apenas um dos canais para a adoção, e, portanto, as ações físicas bem planejadas e de grande impacto também se fazem necessárias para que haja maior número de adoções de animais.

O projeto Adoção Animal IFC cumpriu um importante papel em prol da comunidade, diferenciando-se pela escolha de recursos inovadores

Perguntas	Respostas		
	Sim	Não	Não respondeu
1) Você conhece ou já ouviu falar do Abrigo Animal de Joinville?	24	60	2
2) Você alguma vez já adotou um cão ou um gato?	14	72	0
3) Se fosse para você adotar um animal, você adotaria por meio das mídias digitais?	44	40	2
4) Você sabia que abandonar um animal é um crime previsto por lei?	10	72	4

Tabela 01 – Respostas ao questionário aplicado aos entrevistados durante a Ação “Descarte de Cão e Gato”.

Fonte: Dados coletados pelos autores.

e criativos para o estudo do tema e também pela oportunidade de desenvolver, nos acadêmicos do curso de Medicina Veterinária, o exercício da cidadania, ao motivar o seu papel na educação e conscientização das pessoas, e contribuindo para a saúde pública e para o bem-estar dos animais. Novas abordagens acerca deste tema são requeridas, uma vez que, em nosso país, ainda estamos longe de uma solução efetiva que elimine a população de animais em situação de rua e que responsabilize a sociedade pela manutenção desta condição ideal.

REFERÊNCIAS

ABREU, A. C. D. **As ONGs como complemento de gestão à administração pública**. 1997. 137f. Dissertação (Mestrado) – Centro Socioeconômico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1997.

ABRIGO ANIMAL. **Quem somos**. Disponível em: <http://www.abrigoanimal.org.br/site/quem-somos/>. Acesso em: 17 jun. 2016.

BEAVER, B. V. **Comportamento canino**: um guia para veterinários. São Paulo: Roca, 2001.

BROOM, D; MOLENTO, C. Bem-estar animal – conceito e questões relacionadas (Animal welfare: concept and related issues – Review). **Archives of Veterinary Science**, v. 9, n. 2, p.1-11, 2004.

CAMARGO, K. S. et al. Criação de um blog destinado a adoção de cães e gatos provenientes do centro de bem-estar animal do município de São Francisco do Sul. **Revista de Extensão Tecnológica do Instituto Federal Catarinense**, ano 1, número 1, p. 13-18, 2014.

DOVAL, L. M. S. Direitos dos animais: uma abordagem histórico-filosófica e a percepção de bem-estar animal. 2008. 100f. **Monografia** (Trabalho de Conclusão de Curso) – Faculdade de Veterinária, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2008.

IBGE. **Censo Demográfico 2015**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 12 jul. 2016.

LUNA, S. P. L. Dor, sensibilidade e bem-estar em animais: Sensibilidade e dor. **Ciênc. vet. tróp.**, Recife-PE, v. 11, suplemento 1, p. 17-21, abr. 2008.

MOLENTO, C. F. M. Bem-estar animal: qual é a novidade? **Acta Scientiae Veterinariae**, Porto Alegre, v. 35, p. 224-226, 2007.

PEDIGREE. **Sobre o programa**. Disponível em: <https://experimentalio.com.br/adocaopedigree/>. Acesso em: 28 jul. 2016.

PUC-CAMPINAS. **Cresce para 30 milhões o número de animais abandonados no Brasil**. Disponível em: <https://digitaispuccampinas.wordpress.com/2014/02/27/cresce-para-30-milhoes-o-numero-de-animais-abandonados-no-brasil/>. Acesso em: 28 jul. 2016.

SANTANA, L. R. et al. Posse responsável e dignidade dos animais. In: 8º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO AMBIENTAL, 2004, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Agência FAPESP, 2004. p. 533-552.

SANTANA, L. R; OLIVEIRA, T. P. **Guarda responsável e dignidade dos animais**. Disponível em: <http://www.abolicionismoanimal.org.br/artigos/guardaresponsveledignidadedodosanimais.pdf>. Acesso em: 29 jul. 2016.

VIEIRA, A. Controle populacional de cães e gatos: Aspectos técnicos e operacionais. **Ciência Veterinária Tropical**, Recife-PE, v. 11, suplemento 1, p.102-105, abr. 2008.